



## PENDAMPINGAN STRATEGI PENJUALAN DAN PELAYANAN KONSUMEN BAGI DRIVER FORESTEA DI BANDAR LAMPUNG

Yohanes Novi Armunanto<sup>1</sup>, Qurrota Ayu Nindien<sup>2</sup>, Nadya Ramadhani Ikhsana<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung, Lampung, Indonesia

[yohanes.armunanto@feb.unila.ac.id](mailto:yohanes.armunanto@feb.unila.ac.id)<sup>1</sup>, [qurrotaayu.nindien@feb.unila.ac.id](mailto:qurrotaayu.nindien@feb.unila.ac.id)<sup>2</sup>, [nadyaikhhsana@feb.unila.ac.id](mailto:nadyaikhhsana@feb.unila.ac.id)<sup>3</sup>

Dikumpulkan: 10 Januari 2026; Diterima: 28 Januari 2026; Terbit/Dicetak: 30 Januari 2026

<https://doi.org/10.23960/begawi.v4i1.113>

**Keywords:** MSME, Sales Strategy, Consumer Service, Personal Selling, Mentoring

**Abstract:** This community service activity aims to improve sales strategies and consumer service skills of Forestea drivers in Bandar Lampung. Forestea is a beverage MSME that applies a mobile selling concept using electric bicycles; however, it still faces challenges related to personal selling skills, marketing communication, and service consistency. The method applied in this program was participatory mentoring combined with applicative training, including field observation, discussions, material delivery, sales simulations (role play), and direct assistance during field implementation. The activity was conducted at the Forestea warehouse located at Jl. P. Senopati 1C, Jatimulyo, Jati Agung, South Lampung. The results indicate an improvement in drivers' understanding and skills in persuasive communication, personal selling techniques, and professional consumer service. Drivers demonstrated higher confidence in offering products and interacting with customers, which potentially enhances customer satisfaction and sales performance. This activity confirms that practical and needs-based mentoring is effective in strengthening MSME human resource competencies and supporting business sustainability.

Copyright © 2026, Yohanes Novi Armunanto, Qurrota Ayu Nindien, Nadya Ramadhani Ikhsana.

**\*Corresponding author:**

Yohanes Novi Armunanto

Jl. Prof. Dr. Soemantri Brodjonegoro No. 1

Gedungmeneng Bandar Lampung

Email: [yohanes.armunanto@feb.unila.ac.id](mailto:yohanes.armunanto@feb.unila.ac.id)

**Abstrak:** Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan strategi penjualan dan pelayanan konsumen para driver Forestea di Bandar Lampung. Forestea merupakan UMKM minuman yang mengembangkan konsep penjualan keliling menggunakan sepeda listrik, namun masih menghadapi tantangan pada aspek personal selling, komunikasi pemasaran, dan konsistensi pelayanan konsumen. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendampingan partisipatif dan pelatihan aplikatif melalui observasi lapangan, diskusi, penyampaian materi, simulasi penjualan (role play), serta pendampingan langsung saat praktik di lapangan. Pendampingan dilaksanakan di gudang Forestea yang berlokasi di Jl. P. Senopati 1C, Jatimulyo, Jati Agung, Lampung Selatan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan driver dalam menerapkan teknik komunikasi persuasif, personal selling, serta pelayanan konsumen yang lebih ramah dan profesional. Driver menjadi lebih percaya diri dalam menawarkan produk dan berinteraksi dengan konsumen, yang berpotensi meningkatkan kepuasan pelanggan dan volume penjualan. Kegiatan ini membuktikan bahwa pendampingan yang aplikatif dan berbasis kebutuhan lapangan efektif dalam meningkatkan kompetensi sumber daya manusia UMKM dan mendukung keberlanjutan usaha.

## PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan sektor bisnis strategis yang berorientasi kerakyatan karena menjadi tulang punggung perekonomian nasional melalui penyerapan tenaga kerja, pemerataan pendapatan, dan pemberdayaan ekonomi masyarakat kecil (Mirza et al., 2025). Pemerintah memberikan dukungan nyata terhadap pengembangan UMKM melalui berbagai kebijakan dan program, seperti kemudahan perizinan usaha, akses pembiayaan melalui Kredit Usaha Rakyat (KUR), pelatihan dan pendampingan manajerial, digitalisasi UMKM, serta fasilitasi pemasaran produk baik di tingkat nasional maupun global. Dukungan tersebut menunjukkan komitmen pemerintah dalam menjadikan UMKM sebagai motor penggerak pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, sekaligus memperkuat ketahanan ekonomi rakyat di tengah dinamika dan tantangan global (Hidayat et al., 2025).

Dinamika UMKM saat ini menunjukkan pergeseran yang signifikan menuju model usaha yang semakin kreatif dan inovatif, seiring dengan perubahan perilaku konsumen dan perkembangan teknologi (Anggraeni dan Haryatiningsih, 2024). UMKM tidak lagi hanya berfokus pada produk, tetapi juga mulai mengembangkan strategi penjualan yang adaptif, seperti pemanfaatan media sosial, *marketplace* digital, serta pendekatan pemasaran berbasis pengalaman pelanggan (Puspitasari et al., 2025). Di sisi pelayanan, UMKM dituntut untuk memberikan layanan yang responsif, personal, dan berorientasi pada kepuasan konsumen guna membangun loyalitas jangka

panjang. Transformasi ini mendorong UMKM untuk terus berinovasi dalam proses bisnis, kualitas layanan, dan strategi penjualan agar mampu bertahan dan bersaing secara berkelanjutan di tengah persaingan pasar yang semakin dinamis (Mirza et al., 2025).

Forestea merupakan salah satu UMKM asal Bandar Lampung yang berkembang dari usaha sederhana hingga menjadi bisnis minuman yang adaptif dan inovatif. Pada awal berdirinya, Forestea hanya membuka cabang di sekitar Universitas Lampung dalam bentuk kios untuk melayani pasar mahasiswa dan masyarakat sekitar. Seiring meningkatnya persaingan dan perubahan perilaku konsumen, pemilik usaha melakukan transformasi strategi dengan menghadirkan konsep Forestea Keliling menggunakan sepeda listrik. Inovasi ini tidak hanya meningkatkan visibilitas merek, tetapi juga memperluas jangkauan pasar secara lebih fleksibel dan ramah lingkungan, hingga saat ini Forestea telah memiliki sekitar 25 armada yang beroperasi di berbagai titik strategis.

Perkembangan Forestea turut memberikan kontribusi nyata terhadap penyerapan tenaga kerja lokal. Setiap armada sepeda listrik dikelola oleh driver atau operator yang secara langsung menciptakan lapangan pekerjaan baru, khususnya bagi masyarakat usia produktif. Hal ini menunjukkan bahwa transformasi UMKM tidak hanya berdampak pada pertumbuhan usaha, tetapi juga berperan dalam mendukung perekonomian daerah dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui penciptaan peluang kerja yang berkelanjutan.

Namun demikian, di balik keberhasilan tersebut, Forestea masih menghadapi tantangan dalam strategi penjualan, khususnya pada aspek keterampilan *personal selling* dan pelayanan konsumen dari para driver. Konsistensi kualitas pelayanan, kemampuan komunikasi dalam menawarkan produk, serta pemahaman terhadap preferensi konsumen menjadi faktor penting yang perlu diperkuat. Kondisi ini menegaskan bahwa transformasi strategi penjualan tidak hanya terbatas pada inovasi sarana dan model bisnis, tetapi juga harus diimbangi dengan penguatan sumber daya manusia agar daya saing UMKM dapat terus meningkat secara optimal.

Pendampingan UMKM merupakan hal yang penting karena bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing pelaku usaha dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berubah (Puspitasari dan Widodo, 2024). Melalui pendampingan, UMKM dibekali pengetahuan dan keterampilan praktis dalam pengelolaan usaha, strategi penjualan, pelayanan konsumen, manajemen keuangan, hingga pemanfaatan teknologi digital, sehingga mampu menjalankan usahanya secara lebih efektif dan berkelanjutan (Ariandi et al., 2025). Pendampingan juga membantu UMKM mengidentifikasi permasalahan usaha secara tepat dan menemukan solusi yang aplikatif, sehingga mendorong peningkatan kinerja usaha, pertumbuhan penjualan, dan kontribusi UMKM terhadap perekonomian serta penyerapan tenaga kerja. Penanganan permasalahan pada UMKM Forestea diperlukan pendampingan yang terarah dan berkelanjutan dari sisi strategi penjualan dan pelayanan konsumen. Pendampingan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan *personal selling* para *driver*, mulai dari teknik komunikasi yang persuasif, pemahaman karakteristik konsumen, hingga kemampuan menawarkan produk secara menarik dan konsisten. Dengan strategi penjualan yang tepat, setiap interaksi antara *driver* dan konsumen tidak hanya menjadi proses transaksi, tetapi juga sarana membangun kepercayaan dan citra positif merek Forestea di mata pelanggan.

Selain itu, pendampingan pada aspek pelayanan konsumen menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan (Tahir et al., 2024). Pelayanan yang ramah, responsif, dan profesional akan mendorong pengalaman positif konsumen, sehingga meningkatkan potensi pembelian ulang dan rekomendasi dari mulut ke mulut. Sinergi antara peningkatan strategi penjualan dan kualitas pelayanan melalui pendampingan yang sistematis diharapkan mampu mendorong peningkatan volume penjualan dan keuntungan usaha secara berkelanjutan, sekaligus memperkuat daya saing Forestea sebagai UMKM yang inovatif dan berorientasi pada kebutuhan konsumen.



**Gambar 1.** Lokasi Gudang Forestea



**Gambar 2.** Gerobak Keliling Forestea

## METODE

Pendampingan Strategi Penjualan dan Pelayanan Konsumen bagi *driver* Forestea di Bandar Lampung dilaksanakan menggunakan metode pendampingan partisipatif (*participatory mentoring*), yaitu pendekatan yang melibatkan peserta secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan (Amaliyah dan Hetika, 2024). Metode ini dikombinasikan dengan pelatihan aplikatif (*experiential learning*), di mana materi tidak hanya disampaikan secara teoritis, tetapi juga langsung dipraktikkan sesuai dengan kondisi lapangan yang dihadapi para *driver*. Fokus utama metode ini adalah peningkatan keterampilan *personal selling*, komunikasi layanan, serta pemahaman perilaku konsumen dalam konteks penjualan langsung (*direct selling*).

Alur pendampingan diawali dengan tahap identifikasi kebutuhan dan permasalahan melalui observasi lapangan dan diskusi dengan *driver* serta pengelola Forestea. Tahap ini bertujuan untuk memetakan kendala utama dalam strategi penjualan dan pelayanan, seperti cara menawarkan produk, membangun interaksi dengan konsumen, dan menjaga konsistensi layanan (Lukitoningsih et al., 2022). Selanjutnya, dilakukan tahap pembekalan materi dan pelatihan, yang meliputi teknik komunikasi persuasif, strategi menghadapi berbagai tipe konsumen, *service excellence*, serta simulasi praktik penjualan (*role play*) yang disesuaikan dengan situasi nyata di lapangan.

Tahap akhir pendampingan adalah implementasi, monitoring, dan evaluasi. Pada tahap ini, para *driver* menerapkan langsung strategi penjualan dan pelayanan yang telah dipelajari saat beroperasi. Tim pendamping melakukan monitoring secara berkala untuk melihat perubahan perilaku penjualan dan kualitas pelayanan, serta memberikan umpan balik dan perbaikan berkelanjutan. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah pendampingan, baik dari aspek peningkatan penjualan, kepuasan konsumen, maupun kepercayaan diri *driver* dalam melayani pelanggan. Alur pendampingan yang sistematis ini diharapkan mampu meningkatkan penjualan dan keuntungan Forestea secara berkelanjutan.

Kegiatan pendampingan strategi penjualan dan pelayanan konsumen bagi *driver* Forestea dilaksanakan di gudang milik owner Forestea yang berlokasi di Jl. P. Senopati 1C, Jatimulyo, Jati Agung, Lampung Selatan. Pemilihan lokasi ini dinilai strategis karena menjadi pusat aktivitas operasional Forestea, sehingga memudahkan koordinasi antara tim pendamping, owner, dan para *driver*. Lingkungan kegiatan yang dekat dengan aktivitas kerja sehari-hari juga mendukung proses pendampingan yang lebih kontekstual, aplikatif, dan relevan dengan kebutuhan lapangan, sehingga materi yang disampaikan dapat langsung dipahami dan diimplementasikan oleh peserta.



**Gambar 3.** Setelah Proses Pengabdian



**Gambar 4.** Owner dan Driver

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dengan tema “Pendampingan Strategi Penjualan dan Pelayanan Konsumen bagi *Driver* Forestea di Bandar Lampung” menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan *driver* dalam menerapkan strategi penjualan dan pelayanan konsumen. Setelah mengikuti pendampingan, para *driver* mampu memahami pentingnya komunikasi persuasif, sikap ramah, serta konsistensi pelayanan dalam setiap interaksi dengan konsumen. Hal ini tercermin dari meningkatnya kepercayaan diri *driver* saat menawarkan produk dan menjelaskan varian minuman Forestea kepada calon pelanggan di lapangan.

Respon para *driver* terhadap kegiatan pendampingan sangat positif dan antusias. Para peserta aktif terlibat dalam sesi diskusi, simulasi penjualan (*role play*), serta berbagi pengalaman mengenai kendala yang mereka hadapi selama berjualan. Pendekatan pendampingan yang aplikatif dan kontekstual membuat materi mudah dipahami dan relevan dengan kondisi kerja mereka sehari-hari. Selain itu, *driver* menyampaikan bahwa pendampingan ini memberikan wawasan baru terkait cara menghadapi berbagai karakter konsumen serta pentingnya menjaga sikap profesional dalam pelayanan.

Pendampingan ini memberikan dampak nyata terhadap perubahan perilaku penjualan dan pelayanan. *Driver* mulai menerapkan teknik *personal selling* yang lebih terstruktur, seperti menyapa konsumen dengan bahasa



yang sopan, menawarkan produk secara lebih menarik, serta memberikan rekomendasi sesuai preferensi konsumen. Perubahan ini berkontribusi pada meningkatnya peluang transaksi dan kepuasan konsumen, yang pada akhirnya berpotensi meningkatkan volume penjualan dan pendapatan harian *driver*.

Untuk mengetahui sejauh mana pemahaman dan ilmu yang telah diperoleh *driver*, pemateri melakukan evaluasi melalui beberapa metode, antara lain tanya jawab interaktif, observasi langsung saat simulasi penjualan, serta pendampingan saat praktik di lapangan. Selain itu, dilakukan refleksi singkat di akhir kegiatan untuk menggali pemahaman peserta terhadap materi yang telah disampaikan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa sebagian besar *driver* mampu mengaplikasikan strategi penjualan dan pelayanan yang telah dipelajari, sehingga pendampingan ini dinilai efektif dalam meningkatkan kompetensi dan profesionalisme *driver* Forestea.

Satu hal penting yang dapat diambil dari hasil pengabdian ini adalah bahwa pendampingan yang aplikatif dan berbasis praktik lapangan terbukti efektif dalam meningkatkan kompetensi *driver* UMKM. Melalui pendekatan yang kontekstual, interaktif, dan langsung dapat diterapkan, para *driver* tidak hanya memahami konsep strategi penjualan dan pelayanan konsumen secara teoritis, tetapi juga mampu mengimplementasikannya dalam aktivitas kerja sehari-hari (Fitriani et al., 2023). Hal ini menunjukkan bahwa penguatan sumber daya manusia melalui pendampingan berkelanjutan menjadi kunci utama dalam mendorong peningkatan kinerja penjualan, kualitas pelayanan, serta profesionalisme pelaku UMKM seperti Forestea.



**Gambar 5.** Desain Pengabdian



**Gambar 6.** Pengabdian di Forestea

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengabdian yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pendampingan strategi penjualan dan pelayanan konsumen mampu memberikan dampak positif yang signifikan bagi peningkatan kualitas sumber daya manusia *driver* Forestea. Pendampingan yang dirancang secara praktis dan kontekstual mendorong terjadinya perubahan sikap dan perilaku kerja, khususnya dalam cara berinteraksi dengan konsumen dan menawarkan produk. Peningkatan kepercayaan diri, kemampuan komunikasi, serta kesadaran akan pentingnya pelayanan yang konsisten menjadi indikator bahwa pendampingan ini berhasil memperkuat kompetensi *driver* sebagai ujung tombak penjualan Forestea di lapangan.

Sebagai saran untuk pengabdian selanjutnya, kegiatan pendampingan perlu dilakukan secara berkelanjutan dan diperluas cakupannya, tidak hanya pada aspek penjualan dan pelayanan, tetapi juga pada penguatan literasi digital, pengelolaan pelanggan (*customer relationship*), serta pemahaman branding UMKM. Selain itu, keterlibatan pihak manajemen Forestea dalam proses evaluasi dan monitoring pascapendampingan sangat disarankan agar perubahan yang telah dicapai dapat dipertahankan dan ditingkatkan. Dengan pendampingan yang berkesinambungan dan terintegrasi, UMKM seperti Forestea diharapkan mampu tumbuh lebih profesional, berdaya saing, dan berkelanjutan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih yang disampaikan kepada *owner* dan seluruh *driver* Forestea Bandar Lampung atas dukungan, kerja sama, serta partisipasi aktif dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Keterbukaan, antusiasme, dan komitmen yang ditunjukkan selama proses pendampingan menjadi faktor penting dalam kelancaran dan keberhasilan kegiatan, sekaligus mencerminkan semangat untuk terus belajar dan berkembang. Semoga kolaborasi ini dapat memberikan manfaat nyata bagi peningkatan kualitas penjualan dan pelayanan konsumen, serta mendukung pertumbuhan Forestea sebagai UMKM yang inovatif dan berdaya saing.

## REFERENSI

- Ardiyanto, M. I., Khatimah, H., Putra, P., & Marginingsih, R. (2022). Pelatihan Digitalisasi Pencatatan Keuangan Dengan Aplikasi Guna Meningkatkan Manajemen UMKM. *Jurnal Pengabdian PENEROKA: Rumpun Ilmu Ekonomi, Pendidikan, Bahasa, Kesehatan, Sosial Humaniora*, 1(02), 56–63.
- Dila Yahyasari, S., & As'ari, H. (2024). Pendampingan Pembukuan Keuangan Digital Dengan Aplikasi BukuWarung Bagi Para UMKM Di Teras Malioboro 1. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2), 2801–2807. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.3383>.
- Evana, E., Widya Rizki Eka Putri, & Desriani, N. (2025). Penguatan Kompetensi Akuntansi Keuangan di BLUD Puskesmas: Implementasi Standar Akuntansi dan Praktik Terbaik Melalui Pelatihan Intensif. *BEGAWI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 48–52. <https://doi.org/10.23960/begawi.v3i2.53>.
- Fitriani, F. S., Harahap, R. D., & Nurlaila, N. (2023). Perkembangan UMKM di Indonesia: Peran Pemahaman Akuntansi, Teknologi Informasi dan Sistem Informasi Akuntansi. *Owner*, 7 (3), 2518–2527. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i3.1427>.
- Indah Monalisa, Reika Triana Yohana Sidabutar, Tasya Novi Ardana, & Fatio D Situmorang. (2025). Pengembangan Kapasitas Manajerial UMKM untuk Meningkatkan Daya Saing Melalui Inovasi Teknologi. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 102–110. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v4i1.3160>.
- Indriyani & Astuti. (2024). Optimalisasi Pencatatan Keuangan Sederhana Dan Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Rumah Laundry. *ABDI UNISAP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2). <https://doi.org/10.59632/abdiunisap.v2i2.309>.
- Khadijah, K., & Purba, N. M. B. (2021). Analisis Pengelolaan Keuangan pada UMKM di Kota Batam. *Owner*, 5(1), 51–59. <https://doi.org/10.33395/owner.v5i1.337>.
- Mirza, A. D., Putra, J., Komalasari, A., & Nur Susilowati, R. Y. (2025). KEWIRAUSAHAAN DIGITAL SEBAGAI STRATEGI TRANSFORMASI UMKM LAMPUNG. *BEGAWI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 82–87. <https://doi.org/10.23960/begawi.v3i2.82>.
- Puspitasari, W., Nazira, E., Alqurni, R. R., Oktaviani, T., Komariyah, E. F., & Afnan, A. (2025). Pendampingan Transformasi Digital Pada UMKM Senada Craft Melalui Optimalisasi Media Sosial Instagram Dan Tiktok. *BEGAWI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 64–71. <https://doi.org/10.23960/begawi.v3i2.77>.
- Rahmi, S., Putri, R., Tadius, Y., & Candra, A. (2024). Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Strategi Marketing dan Pendampingan Pencatatan Laporan Keuangan Sederhana Pada UMKM Roti Bakar Manies. *AKUNTANSI*, Vol 3 (4), 169-176. <https://doi.org/10.55606/akuntansi.v3i4.2873>.
- Sahid, W., & Abadi, F. (2024). The Effect of Product Quality, Service Quality on Customer Loyalty Mediated Satisfaction for Grabfood Customers in Jabodetabek. In *International Journal of Science and Society* (Vol. 6, Number 2). <https://doi.org/10.54783/ijsoc.v6i2.1181>.
- Septiani, A. D., Wahyuni, R. E., Nurhafitsyah, M., Kurniawati, P., & Sapriani, E. (2024). Peran dan Tantangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Era Digital di Indonesia. *Indonesian Journal of Economics*, 1(10).
- Trianti, K., Widyawati, C. E., Anggraeni, D., & Husniah, H. Y. (2021). Digitalisasi Keuangan dengan Pemanfaatan Aplikasi Pembukuan Secara Online untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Besek. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 2(4), 311. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v2i4.13713>.